

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

Liiketoimintatiedon hallinta ja tietojohdaminen

2013

Marja Vuorela

TIETÄMYKSEN JAKAMINEN KOLLEKTIIVISESTI

– Case yritys CGI Suomi Oy



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutusohjelma | Liiketoimintatiedon hallinta ja tietojohdaminen

2013 | 45

Ohjaaja: Sari Jalonen

Marja Vuorela

TIETÄMYKSEN JAKAMINEN KOLLEKTIIVISESTI

Tutkimuksen kohteena oli CGI Suomi Oy:n Rondo käyttöönoton tukitiimi. Tutkimusongelmana oli millä sosiaalisen median välineellä/välineillä osaamisen ja tiedon jakamista voidaan edistää.

Teoreettisessa viitekehyksessä kuvataan tiedon neljää rakenteellisuusluokkaa: hiljainen, puhuttu, dokumentoitu ja tietokoneen ymmärtämä tieto. Lisäksi kuvataan tiedon muuntamista hiljaisesta tiedosta näkyväksi tiedoksi SECI -mallin neljän askeleen mukaan.

Osaamista ja tiedon jakamista käsitellään yksilön osaamisen sekä organisaation osaamisen ja oppimisen näkökulmasta. Asiantuntijaorganisaatiossa esiintyy paljon hiljaista ja ei dokumentoitua tietoa, joka voidaan siirtää toiselle omaksumalla, yhteisten mielikuvien ja kokemusten kautta. Yksilön osaamisessa korostuu koulutus, kokemus ja henkilökohtaiset taidot. Organisaation oppimisessa organisaatiolla on kyky löytää uutta osaamista jatkuvasti. Tärkeitä ominaisuuksia oppivalle organisaatiolle ovat tiimioppiminen ja yksilön oppiminen. Tiimit voivat oppia yhdessä sellaista, jota yksilöt itsenäisesti eivät olisi oivaltaneet.

Hajautettu organisaatio on haaste, mutta ei este osaamisen ja tiedon jakamiselle. Sosiaalinen media on tuonut mahdollisuuksia hajautetun organisaation tiedon jakamiseen. Kun organisaatiolle löytyy tarkoituksen mukainen, helppokäyttöinen ja kaikkien organisaation jäsenten omaksuma kommunikaatioväline, se antaa mahdollisuuden yhteisen tiedon luomiseen ja jakamiseen.

Tutkimuksessa havaittiin, että tiimin jäsenet tunnistavat omaavansa sellaista tietoa, josta olisi hyötyä myös tiimin muille jäsenille ja tietoa ollaan valmiita jakamaan sekä oma-aloitteisesti, että pyydettyä. Tutkimuksessa myös kävi selvästi esille, että tiedon jakamista voidaan edistää tiimille fokusoidun Workspace -sivuston avulla. Kuitenkaan Workspacella ei voida korvata kokonaan tiedon välitystä, vaan henkilökohtaiset kontaktit ja pikaviestin MOC ovat myös tärkeitä kanavia osaamisen ja tiedon jakamisessa.

ASIASANAT:

Osaaminen, tieto, hajautettu organisaatio, organisaation oppiminen, sosiaalinen media

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Business | Business Information Management

2013| 45

Instructor: Sari Jalonen

Marja Vuorela

SHARING KNOWLEDGE COLLECTIVELY

The target of this research was the support team of initialization of CGI Suomi Oy. The research problem was which social media device is the best to improve expertise and sharing knowledge.

The four categories of knowledge are described in the theoretic part. The four categories are tacit, talked, documented, and computer accepted information. In addition, the part describes how knowledge is changed from tacit to explicit knowledge following the four step SECI- model.

In the learning process of an individual, education, experience and personal expertise are highlighted. When it comes to organization learning process, organization has an ability to find new expertise all the time. Important qualities of a learning organization are team learning and individual learning. In a team people can learn something that they would've not been able to learn alone.

When it comes to sharing expertise and knowledge in a scattered organization, it might be more challenging but not impossible. When the organization finds a proper and easy communication device then it allows to create and to share knowledge between the organization members.

The research showed that the team member know to have such knowledge that would also be good for the rest of the team members. Also, the members are willing to share knowledge. The research also proved that knowledge can be advanced to the team with the help of Workspace-site. In any case, Workspace does not replace the whole sharing of knowledge, but personal contacts and instant messages are important in the sharing process.

KEYWORDS:

Expertise, knowledge, a scattered organization, a learning of organization, social media

SISÄLTÖ

| | |
|--|-----------|
| 1 JOHDANTO | 7 |
| 1.1 Tutkimuksen tavoite | 8 |
| 2 TIETO | 10 |
| 2.1 Tiedon eri olomuodot | 10 |
| 2.2 Hiljainen tieto näkyväksi | 12 |
| 3 OSAAMINEN JA TIEDON JAKAMINEN | 14 |
| 3.1 Yksilön osaaminen | 14 |
| 3.2 Organisaation osaaminen | 15 |
| 3.3 Organisaation oppiminen | 15 |
| 4 HAJAUTETTU ORGANISAATIO | 18 |
| 4.1 Hajautuneisuuden tekijät | 18 |
| 4.2 E-työ | 19 |
| 5 SOSIAALINEN MEDIA OSAAMISEN JA TIEDON JAKAMISESSA | 20 |
| 5.1 Sosiaalisen median määritelmä | 20 |
| 5.2 Sosiaalinen media organisaatiossa | 21 |
| 5.3 Sosiaalisen median välineet | 21 |
| 6 KOHDEYRITYS CGI SUOMI OY | 23 |
| 7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS | 25 |
| 7.1 Tutkimuksen tarkastelunäkökulma ja rajaus | 25 |
| 7.2 Tutkimusmenetelmä | 26 |
| 7.3 Tutkimusaineiston hankinta | 27 |
| 7.4 Tutkiminen ja analysointi | 28 |
| 7.5 Verkkokyselyn tutkimustulokset | 29 |
| 7.5.1 Yrityksen käytössä olevien sosiaalisen median välineiden tunnistaminen | 29 |
| 7.5.2 Sosiaalisen median hyödyntäminen työssä | 30 |
| 7.5.3 Sosiaalisen median käytön yleisyys työssä | 30 |
| 7.5.4 Työntekijöiden motivointi tiedon jakamiseen sosiaalisen median kautta | 31 |
| 7.5.5 Sosiaalinen media ja avoimuus organisaatiossa | 32 |
| 7.5.6 Tallennettu ja dokumentoitu tieto on helposti löydettävissä | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 7.5.7 Tiedon jakaminen helpottuu keskitetyn välineen kautta | 33 |
| 7.5.8 Työyhteisön yhteenkuuluvuuden kasvu ja sosiaalisen median | 34 |
| 7.5.9 Sosiaalisen median käytön vaikutus | 35 |
| 7.5.10 Ammatillinen osaaminen ja tieto, josta on hyötyä muille. | 36 |
| 7.5.11 Työhön liittyvän tiedon saanti | 37 |
| 7.5.12 Riittävä työhön liittyvän tiedon saanti | 37 |
| 7.5.13 Kollegoja hyödyntävän osaamisen tai tiedon jakaminen | 38 |
| 7.5.14 Kollegojen väliseen tiedon jakamiseen soveltuva sosiaalisen median väline | 38 |
| 7.5.15 Liittykö tiedon jakamiseen uuden tiedon syntymistä? | 39 |
| 7.5.16 Sosiaalisen median uhat tiimityöskentelyssä | 39 |
| 7.5.17 Mobiililaitteen käyttö työhön liittyvän tiedon etsimiseen/jakamiseen | 40 |
| 7.6 Vertaileva tutkimus, sosiaalisen median välineet | 40 |
| 8 RELIAABELIUS JA VALIDIUS | 43 |
| 9 JOHTOPÄÄTÖKSET | 44 |
| 9.1 Rajauksia ja jatkotutkimusaiheita | 45 |
| LÄHTEET | 46 |

LIITTEET

Liite 1. Kysely – Tietämyksen jakaminen kollektiivisesti.

KUVAT

| | |
|--|----|
| Kuva 1. Tiedon olomuodot ja hallintamekanismit (Salmela 2008) | 12 |
| Kuva 2. SECI-malli. (Nonaka ja Takeuchi 1995, Virtainlahden 2009 mukaan) | 13 |
| Kuva 3. Yrityksen käytössä olevien sosiaalisen median välineiden tunnistaminen. | 29 |
| Kuva 4. Sosiaalisen median käytön yleisyys työssä | 31 |
| Kuva 5. Työntekijöiden motivointi tiedon jakamiseen sosiaalisen median kautta. | 32 |
| Kuva 6. Sosiaalinen media ja avoimuus organisaatiossa. | 32 |
| Kuva 7. Tallennettu ja dokumentoitu tieto on helposti löydettävissä. | 33 |
| Kuva 8. Tiedon jakaminen helpottuu keskitetyn välineen kautta. | 34 |
| Kuva 9. Työyhteisön yhteenkuuluvuuden kasvu ja sosiaalinen media. | 35 |
| Kuva 10. Sosiaalisen median käytön vaikutus | 35 |
| Kuva 11. Ammatillinen osaaminen ja tieto, josta on hyötyä muille. | 36 |
| Kuva 12. Riittävä työhön liittyvän tiedon saanti | 37 |
| Kuva 13. Kollegoja hyödyntävän osaamisen tai tiedon jakaminen | 38 |

| | |
|---|----|
| Kuva 14. Kollegojen väliseen tiedon jakamiseen soveltuva sosiaalisen median väline. | |
| | 39 |
| Kuva 15. Mobiililaitteen käyttö työhön liittyvän tiedon etsimiseen tai jakamiseen. | 40 |
| Kuva 16. Sosiaalisen median välineet ominaisuuksien mukaan jaoteltuna..... | 42 |

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia miten osaamista ja tiedon jakamista voidaan edistää ja millaisia välineitä tähän tarkoitukseen löytyy. Tarkoituksena on myös löytää ehdotus työkalusta hajautetun organisaation henkilöiden väliseen viestintään. Työkalun tulisi olla helppokäyttöinen sekä sen käyttö olisi paikasta riippumaton.

Logica on osa CGI:tä, CGI on IT-palvelu- ja liiketoimintayritys, jonka tärkeimmät markkina-alueet ovat Pohjois- Väli- ja Etelä-Amerikassa, Euroopassa ja Aasiassa. Yrityksessä on työntekijöitä n. 71000. Yritys on maailman viidenneksi suurin itsenäinen IT-palveluyritys ja toimii yli 40 maassa. Yritys tarjoaa kattavat IT-palvelut ja konsultointipalvelut liiketoiminnan kaikille osa-alueilla.(www.cgi.com)

CGI Suomi Oy:ssä asiantuntijoita on n. 3000 ja yritys toimii 17 paikkakunnalla. CGI:n ja Logican yhteenlaskettu liikevaihto oli 8 miljardia euroa vuonna 2012. Suomessa yritys tarjoaa konsultointipalvelua asiakkaiden toiminnan kehittämiseen, integroi tietojärjestelmiä ja on asiakkaiden ulkoistuskumppani(CGI Suomi Oy).

Rondo on arkistointiin ja asiakirjojen sähköiseen käsittelyyn tarkoitettu ohjelma.

Rondo käyttöönoton tuki on osa Rondo -palvelut organisaatiota. Asiantuntijaryhmässä on 11 henkilöä ja he ovat sijoittuneet eripuolille Suomea. Pääsääntöisesti paikkakunnilla on kaksi henkilöä, mutta on myös paikkakuntia, joissa tiimistä työskentelee vain yksi henkilö. Aihe tutkimukselle on kiinnostava itselleni, koska olen yksi ryhmän jäsenistä ja olemme ryhmässä keskustelleet tehokkaammasta osaamisen ja tiedon jakamisesta. Lisäksi eteen on tullut käytännön ongelmia siitä keneltä ongelmatilanteissa tietoa voisi kysyä. Esimiehen kanssa keskustellessa nousi tämä aihe selkeästi ajankohtaiseksi, joten oli luontevaa lähteä työstämään tästä tutkielmaa.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on etsiä parhaita käytäntöjä miten kehittää osaamisen ja tiedon jakamista hajautetussa tiimissä. Case tiimi kokoontuu kerran kuukaudessa, jolloin lähes kaikki ovat paikalla ja silloin on mahdollista myös vapaaseen keskusteluun. Työ tiimissä on luonteeltaan sen kaltaista, että kokemusten ja ajatusten vaihto on tärkeää työn sujuvuuden kannalta. Työ on projektityötä ja useasti hyvinkin hektistä. Projektien onnistumiseen vaikuttaa myös se miten aktiivista kommunikointi tiimin jäsenten välillä on, koska jokainen tahollaan ratkoo usein samoja ongelmia. Käytäntö on osoittanut, että joidenkin henkilöiden välillä tieto vaihtuu hyvinkin, mutta miten tieto saataisiin välittymään koko tiimille, on haasteellista. Tällä hetkellä viestintävälineinä käytetään pääsääntöisesti sähköpostia, puhelinta ja MOC -pikaviestinpalvelua kahdenkeskisessä viestinnässä. Tiedon tehokkaampaan jakamiseen ja kommunikointiin olisi tarkoitus hakea ratkaisua oikealla viestintävälineen valinnalla esim. MOC, Logipedia, Workspace tai mikroblogipalvelu intrassa. Tiedon pitäisi olla tiimin jäsenten tavoitettavissa vaikka he olisivat toimiston ulkopuolella, jolloin myös älypuhelinominaisuudet tulisi olla käytössä.

Opinnäytetyö rajoittuu tutkimaan Rondo -käyttöönoton tukitiimin jäsenten eli asiantuntijoiden välisen tiedonvaihdon haasteita ja miten tiimin jäsenen muilta Rondo-organisaation tiimeiltä saama tieto välittyy koko tiimille, joten tässä työssä ei käsitellä miten osaaminen ja tiedon jakaminen välittyy koko Rondo – organisaation tiimien välillä. Tutkimus rajoittuu sellaisen tiedon välittämiseen, jota ei ole dokumentoitu prosessin mukaisesti ja joka liittyy selkeästi Rondo-projektien onnistuneeseen läpivientiin ja Rondon käyttöön liittyviin hyviin käytäntöihin. Viestintävälineiden osalta työ rajoittuu välineisiin, jotka on valittu CGI Suomen tiedonhallinnan ja viestinnän välineiksi.

Tutkimuksen tarkastelunäkökulma on hajautetun organisaation osaamisen ja tiedon jakamisessa sekä soveltuvien viestintävälineiden löytämisessä tähän tarkoitukseen. Työn tutkimusongelmana on: millä sosiaalisen median välineel-

lä/välineillä osaamista ja tiedon jakamista voidaan edistää hajautetussa organisaatiossa?

Kysymys voidaan jakaa vielä aliongelmiin:

1. Miten osaaminen ja tieto tunnistetaan tutkittavassa yhteisössä?
2. Miten tietoa jaetaan tällä hetkellä?
3. Mitkä ovat käytettävissä olevat sosiaalisen median välineet?
4. Mikä on parhaiten soveltuva väline kohdeyhteisölle?

2 TIETO

Tiedon klassinen määritelmä on Platonin määritelmä; tieto on hyvin perusteltu tosi uskomus (Virtainlahti 2009,31). Myös Nonaka ja Takeuchi (1995,21) perustavat tutkimuksensa tähän määritelmään. Heidän tutkimuksen mukaan länsimainen tieto-oppi pohjautuu todellisuuteen ja itämainen taas oikeutetulle uskokselle.

2.1 Tiedon eri olomuodot

Salmela (2008, 2-4) on jakanut tiedon eri olomuodot ja niiden käsittelymekanismit neljään luokkaan, käyttäen Stevensin (1986) esittämää informaatiohistorian suurien käänteiden mukaisia luokkia, jotka koostuvat Nonakan ja Takeuchin (1995) hiljaisen ja rakenteellisen tiedon askelista.

Tieto voi olla hiljaisessa, puhutussa, dokumentoidussa tai tietokoneen ymmärtämässä muodossa:

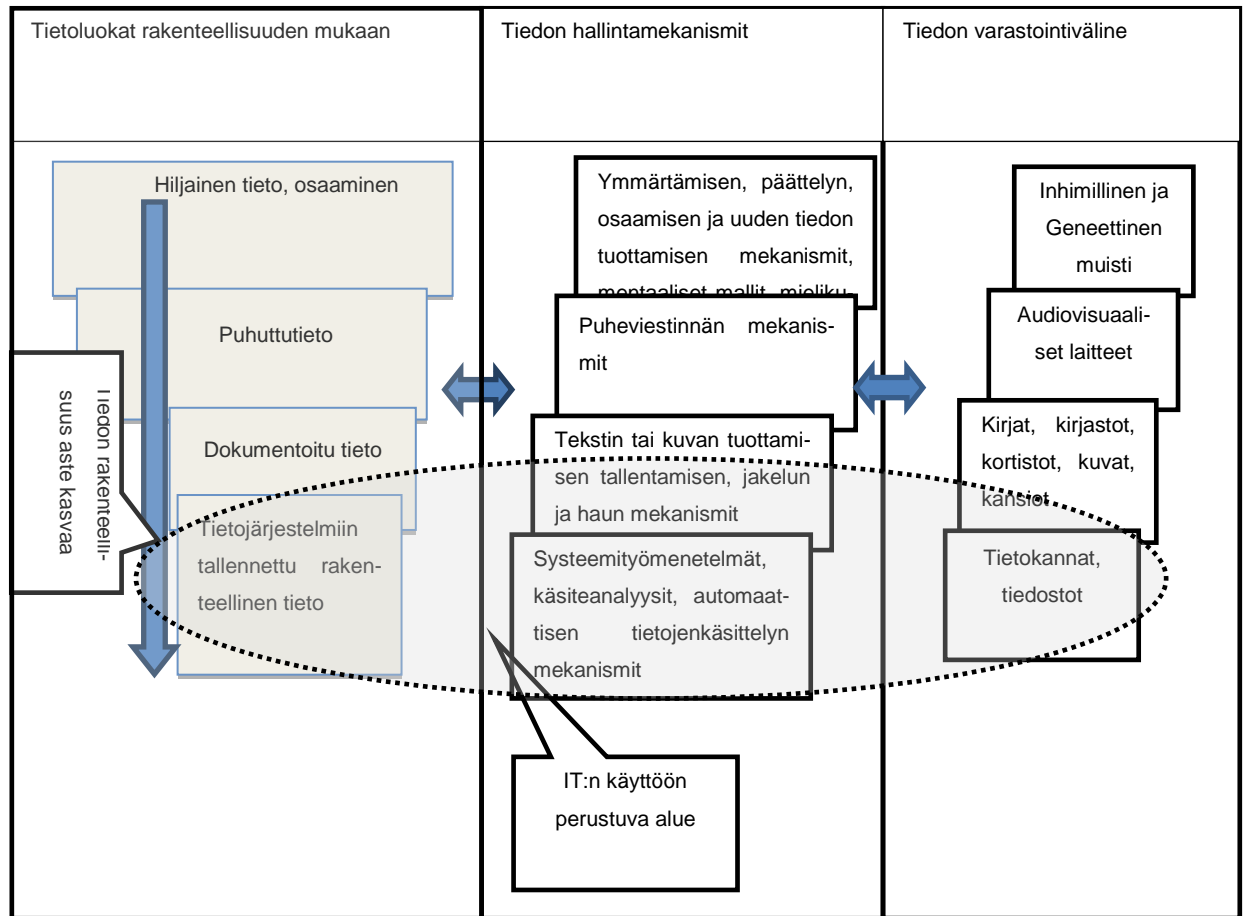
1. Hiljainen, tacit –tieto on tietoluokan vähiten rakenteellinen tieto. Virtainlahden, (2008) mukaan hiljainen tieto muodostuu subjektiivisista mielipiteistä, intuitioista, olettamuksista, kokemuksista, ideoista, arvoista ja tuntemuksista. Hiljaiselle tiedolle ei ole yhtä selkeää määritelmää. Polanyn 1966 mukaan ”tiedämme enemmän kuin kykenemme ilmaisemaan” eli hiljainen tieto vaikuttaa toimintaamme ja ajatteluun. Nonakan ja Takeuchin määritelmän mukaan hiljainen tieto on hyvin henkilökohtaista ja vaikeaa muotoilla niin, että sitä voitaisiin ilmaista ja siirtää toiselle.
2. Puheen, puhutun sanan muodossa on tieto, joka on seuraava tiedon rakenteellisuusluokka. Puheen tuottaminen on prosessi, jossa puhuja kielipinlauserakenteen avulla yhdistelee merkitykselliset käsitteet kuulijan ymmärtämään muotoon. Puhe on usein olemassa olevan tiedon yhdistämistä tai sanomista uudella tai eri tavalla. Puhetta tuottaessa olemassa oleva hiljai-

nen tieto on saanut uuden ryhmittelyn ja vanhan tiedon pohjalta on syntynyt uutta, uudelleen jäsennettyä tietoa. Organisaatiossa tietoa, kokemuksia ja tapahtumia luonnostellaan, tulkitaan ja tuotetaan näkyviksi. Näin luodaan yhteinen näkemys siitä, mitä tapahtuu, miten tilannetta tulkitaan ja mihin pyritään.

3. Dokumentoidussa muodossa oleva tieto on rakenteellisempaa kuin puhuttu tieto. Suurin ero puhuttuun tietoon on tiedon säilyvyydessä ja tallentamisessa.
4. Tietojärjestelmiin ja tietokantoihin tallennettu rakenteellinen tieto on määriteltä yksilöivällä tarkkuudella. Tietokantojen rakenne, tietokantataulut, tauluviittaukset, indeksit ja tietosisältö on määriteltä yksiselitteisesti. Tietokoneohjelmiin on valmiiksi ohjelmoitu tiedon käsittelysäännöt, niin että tiedon haku, päivitys, poisto ja tulostus ovat automaattisesti mahdollisia annettujen tai saatujen käskyjen perusteella.

Tietojen rakenteellisuusluokkien välinen raja ei ole täysin yksiselitteinen, kuten kuvassa 1 on esitetty. Rajat ovat monesti tulkinnanvaraisia ja vaihtelevat yksilöittäin. Toisen henkilön puhe saattaa olla yhtä rakenteellista kuin toisen henkilön dokumentin teksti ja taas dokumentin ja tietokannan datan välinen ero saattaa olla vähäinen. Samassa tietokannassa tai samassa dokumentissa saattaa olla hyvinkin dokumenttimuotoista jäsentymätöntä tai hyvin täsmällistä rakenteellista dataa.

Tietoa liikutellaan ja varastoidaan eri mekanismeilla, riippuen siitä missä olo- muodossa ne rakenteellisuusasteeltaan ovat. Saman luokan sisällä tieto siirtyy samoja sääntöjä noudattaen. Siirtymistä valvotaan käsittelysäännön syntaksin oikeellisuuden perusteella. Jotta viesti siirtyy puhujalta kuulijalle, puheen tulee olla ymmärrettävää, sanojen ja lauserakenteiden tulee olla oikein kirjoitettuja. Tietokoneohjelma toimii, jos se noudattaa määriteltä ohjelmointikielen syntaksia (Salmela 2008, 2).



Kuva 1. Tiedon olomuodot ja hallintamekanismit (Salmela 2008)

2.2 Hiljainen tieto näkyväksi

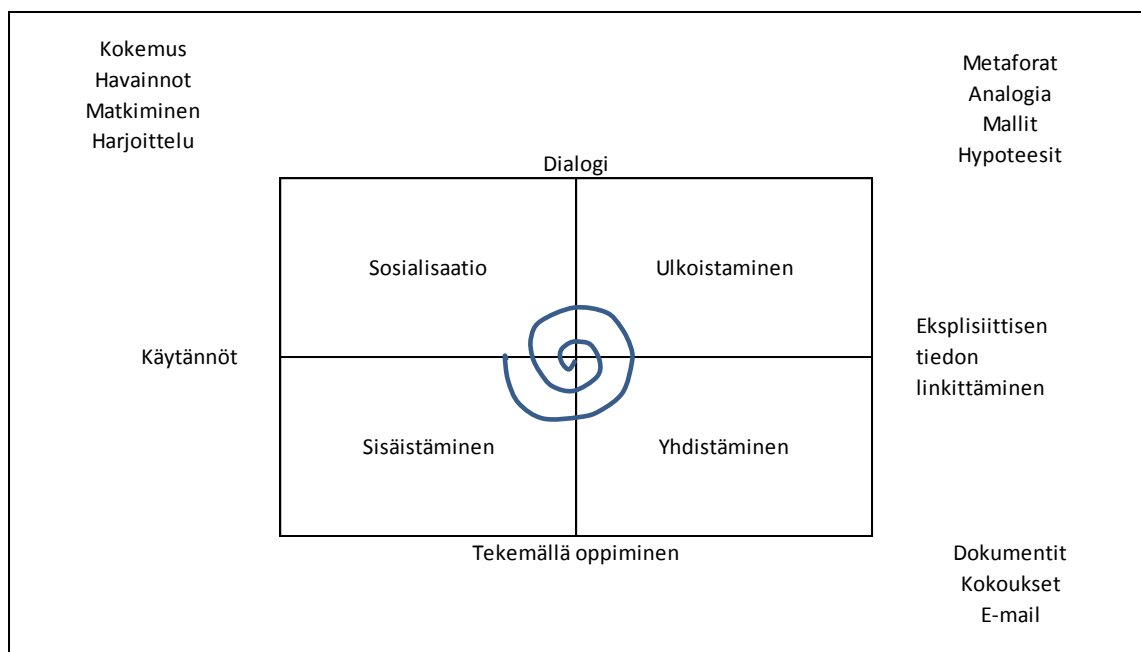
Nonaka ja Takeuchi kuvaavat SECI-mallissa, kuva 2, tiedon luomisen prosessia, sen lisäksi sillä voidaan kuvata myös tiedon muuntamisen neljä askelta hiljaisesta tiedosta näkyväksi tiedoksi ja jälleen hiljaiseksi tiedoksi. Mallin neljä askelta ovat sosialisatio (socialization), ulkoistaminen (externalization), yhdistäminen (combination) ja sisäistäminen (internationalization).

Sosialisaatiossa hiljainen tieto jaetaan asiantuntijoiden kesken kokemusten, ajattelumallien ja teknisten taitojen avulla. Sosialisaatiolla tarkoitetaan tiedon siirtämistä toiselle hiljaisesti tai sitä voidaan omaksua suoraan toisilta, äänettömästi esimerkiksi oppipoika oppii mestarilta havainnoimalla ja matkimalla.

Ulkoistamisessa hiljainen tieto muunnetaan vuoropuhelun ja yhteisen havainnoinnin avulla näkyväksi tiedoksi. Hiljainen tieto artikuloidaan näkyvään muotoon kielikuvien, vertauskuvien, käsitteiden, oletusten ja mallien muodossa. Tiedon muuntamisessa ulkoistamisella on merkittävä rooli, koska se luo uutta tietoa.

Yhdistämisessä näkyvä tieto muuntuu monimutkaisemmaksi näkyväksi tiedoksi kun olemassa olevaan näkyvään tietoon yhdistetään uutta näkyvää tietoa. Näin ollen luodaan laajempia käsitejärjestelmiä tai toimintasääntöjä esimerkiksi dokumenttien, puhelinkeskustelujen, neuvottelujen tai sosiaalisen median kautta.

Sisäistämisprosessissa näkyvä tieto muuntuu käytännön oppimisprosessin kautta hiljaiseksi tiedoksi (Virtainlahti 2008, 98–100).



Kuva 2. SECI-malli. (Nonaka ja Takeuchi 1995, Virtainlahden 2009 mukaan)

3 OSAAMINEN JA TIEDON JAKAMINEN

Asiantuntijaorganisaation toiminta perustuu työntekijöiden osaamiseen ja eri muodoissa olevan tiedon sekä tietotekniikan väliseen vuorovaikutukseen. Asiantuntija-organisaation tehtävänä on tiedon kerääminen, tiedon hallinta, tiedon ymmärtämisen lisääminen ja sen käyttämistä uudessa muodossa sekä tiedon jakaminen. Tietotekniikalla on suuri merkitys näiden asiantuntijatehtävien hallinnassa. Organisaatiossa uusi ja uuden muotoinen tieto syntyy tiedon luokkien välisenä muuntona sekä hiljaisen ja eksplisiittisen tiedon vuorovaikutuksena. Usein tämä on ihmisen ja tietotekniikan välistä vuoropuhelua (Salmela 2008, 7).

Jotta selviydymme eri työtehtävistä, käytämme apuna omaa osaamistamme. Ammatillinen osaaminen koostuu useista työtehtävän edellyttämistä tiedoista ja taidoista sekä henkilökohtaisista ominaisuuksista, jotka ovat perimän kautta saatua persoonallisuutta. Perimästä saamme peruslähtökohdat, joiden päälle kasvatamme osaamistamme, niin työssämme kuin muillakin elämänalueilla (Virtainlahti 2009, 23).

Nykyään vaatimukset osaamiselle vaihtuvat jatkuvasti. Koulutus, joka on hankittu vuosia tai jopa vuosikymmeniä sitten, ei ole nykypäivän vaatimusten tasolla. Osaaminen on aktiivista ja dynaamista tiedon hallintaa, jossa tiedon sisältö ja sen soveltaminen yhdistyvät, ja niitä sovelletaan toimintaympäristön vaatimusten mukaisesti (Virtainlahti 2009, 26).

Osaaminen voidaan jakaa yksilö- ja organisaatio-osaamiseksi.

3.1 Yksilön osaaminen

Yksilöosaaminen muodostuu koulutuksen ja kokemuksen tuotoksena ja on yhteydessä kontekstiin. Osaaminen ei ole pelkästään tietämistä, vaan myös tekemisen hallintaa. Siinä nousevat esiin joustavuus, sosiaalinen vuorovaikutus, muutosvalmius ja epävarmuuden sietäminen. Osaamista kehitetään kokoajan

ja sitä estimoidaan itsensä ja ulkopuolisen arvioijan taholta, esimerkiksi esimiehen ja kollegojen (Virtainlahti 2009, 26).

3.2 Organisaation osaaminen

Nonakan ja Takeuchin (1995) mukaan organisaatio ei voi luoda tietoa ilman yksilöitä. Organisaatio tukee luovia yksilöitä ja tarjoaa heille perusedellytykset tiedon luomiseen. Organisaation tietämyksen luonti pitäisi ymmärtää prosessina, joka organisatorisesti vahvistaa luotua tietoa ja kiteyttää sen osaksi organisaation tietämystä.

Virtainlahden (2009, 26) mukaan organisaation osaaminen koostuu koko organisaation toiminnasta ja tarkemmin sitä jäsentävät Huotari ym. (2005), Koenig (1998) seuraaviin osa-alueisiin:

1. tietoresurssit, jota ovat hiljainen, eksplisiittinen, virallinen ja epävirallinen tieto
2. sosiaalinen pääoma, jota ovat organisaation kulttuuri, yksilöiden välinen luottamus, vuorovaikutustaidot
3. infrastruktuuri, jota ovat organisaation toiminta, resurssit, teknologia ja toiminnan arviointi. (Huotari ym. 2005,147).

Kun taas Toom ym. (2008, 119) tuovat esille, että organisaation osaaminen on osa organisaatiota ja se voidaan teoriassa erottaa organisaation yksittäisten jäsenten osaamisesta.

3.3 Organisaation oppiminen

Organisaation oppimisen yksi määritelmä on, että organisaatiolla on taito uusiutua, eli kyky löytää uutta osaamista jatkuvasti ja taito muuttaa toimintaansa. Osaaminen voi olla organisaation substanssiosaamista tai muuta osaamista, joka integroidaan organisaation toimintatapoihin, prosesseihin ja ohjeisiin (Sydänmaalakka 2012, 54).

Organisaation tärkeimpinä oppimistaitoina Sydänmaalakka (2012, 58-62) kuvaa Sengen (1990) viittä oppivan organisaation ominaisuutta. Ne ovat systeemiajattelu, itsehallinta, sisäiset toimintamallit, yhteinen visio ja tiimioppiminen sekä Marquardtin (1996) dialogia. Näiden lisäksi Sydänmaalakka lisää vielä strategisen oppimisen, palautejärjestelmät, tietojärjestelmät ja tiedon jakamisen oppimistaitoihin.

1. Systeemiajattelussa kaikki vaikuttaa kaikkeen, kun jokin asia muutetaan niin sillä saattaa olla vaikutus myös hyvin moneen muuhun asiaan. Edellyttää monimutkaisten kokonaisuuksien hahmottamista.
2. Sisäiset mallit ohjaavat, miten koemme maailman ja miten toimimme eri tilanteissa. Ajattelu- ja toimintatavat ovat usein rutiineiksi muuttuneita ja tiedostamattomia. Nämä ajattelu- ja toimintatavat muodostavat organisaation jaetun viitekehyksen, johon organisaation kulttuuri ja arvot kuuluvat. Näin ollen mallit voivat olla myös uudistuksen esteenä.
3. Strateginen oppiminen on johdon ja myös koko henkilöstön kyvykkyys nähdä ympäröivä maailma sekä tehdä kyseenalaiseksi omat ajattelumallit ja mieltää uusia malleja, joiden pohjalta ylläpidetään organisaation osaamista. Nopea reagointi asiakkaan muuttuviin tarpeisiin ja kilpailuympäristöön sekä heikkojen signaalien tulkitseminen ympäristöstä auttaa nopeiden ratkaisujen tekemisessä ja vastaavasti operatiivinen oppiminen luo uudelle suunnalle osaamista ja uusia toimintatapoja.
4. Palautejärjestelmien suunnittelu ja toteutus on hyvin tärkeä taito organisaatiossa. Palautejärjestelmä tulee olla kaikilla tasoilla, yksilö-, tiimi- ja organisaatiotasolla, sillä palautteen hakeminen monelta suunnalta on tärkeää. Organisaation kulttuurin tulee olla avoin palautteille ja suoralle kommunikaatiolle. Palautteen anto tai saaminen oikeaan aikaan, voi olla ratkaisu ongelmaan tai jopa estää sen syntymisen. Yksilön että organisaation kehityksen ja kasvun edellytyksenä ovat palautteet.
5. Itsensä johtaminen on älykkään organisaation tunnuspiirteitä. Henkilöt osaavat ja voivat vaikuttaa omaan oppimiseensa ja kehittymiseensä. Itsensä johtamisen tärkeitä ominaisuuksia on keskittyä oleelliseen ja nähdä todellisuus selkeästi, työhön sitoutuminen, aloitekyky, vastuullisuus ja tunnistaa omat kehittämisalueet sekä jatkuva oppiminen.

6. Tiimioppimisella on tärkeä osa älykkäässä organisaatiossa. Yksilön oppiminen on ehdotonta, mutta ei välttämättömyys organisaation oppimiselle. Tiimit yhdessä voivat oppia sellaista, jota tiimin jäsenet yksinään eivät olisi oivaltaneet. Asiantuntijaorganisaatiossa tehokas yhteistyö on menestymisen edellytys.
7. Yhteinen visio vie organisaatiota samaan suuntaan. Jotta organisaation toiminta ohjaisi myös osaamisen kehittämistä, tulee vision olla selkeä. Yhteisen vision implementointi ja sen jalkauttaminen koko organisaatiolle on hyvin tärkeä taito oppivassa organisaatiossa.
8. Dialogia on tiivistä kommunikointia erilaisten kysymysten ja ongelmien ratkaisemiseksi sekä ajatusten vaihtamista ja kuuntelemista. Dialogi antaa mahdollisuuden nähdä uusia ratkaisuja ja helpottaa organisaation oppimista.
9. Tietojärjestelmät ja niiden käytettävyys ovat tänä päivänä hyvin merkittäviä edellytyksiä organisaation oppimiselle. Tietojärjestelmät antavat kokonaan erilaisia mahdollisuuksia uusien toimintatapojen toteuttamiseen.
10. Osaaminen ja tiedon jakaminen on hyvin tärkeää organisaation oppimisessa, on huomioitava, että vasta jaettu tieto on valtaa. Jakaminen tuo hyötyä koko organisaatiolle ja se ei ole pois jakajalta. Osaamisen ja tiedon jakamisessa korostuu luottamus, jota organisaatiossa tulee pitää yllä.

4 HAJAUTETTU ORGANISAATIO

Hajautetussa organisaatiossa organisaation jäsenet työskentelevät maantieteellisesti eri paikoissa, mutta kuitenkin yhteisen tavoitteen eteen. Yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi vuorovaikutus ja viestintä tekevät erillään työskentelevistä henkilöistä työorganisaation. Virtuaaliseksi organisaation tekee se, että viestintä tapahtuu pääosin tietotekniikan avulla, joten organisaatiota voidaan kutsua myös virtuaaliseksi organisaatioksi (Vartiainen ym. 2004, 14).

4.1 Hajautuneisuuden tekijät

Hajautettu organisaatio voidaan tunnistaa seuraavista tekijöistä:

1. Paikka: Työntekijän työpiste on samassa tai eri paikassa. Työpiste voi olla kiinteä tai vaihtuva. Jos työpiste on vaihtuva, voidaan puhua mobiilistyöstä.
2. Aika: Työntekijät työskentelevät joko saman työajan puitteissa tai eri aikaan ja eri aikavyöhykkeellä.
3. Moninaisuus: Organisaation osallistuvilla työntekijöillä saattaa olla hyvinkin erilainen kulttuurinen, organisatorinen ja koulutuksellinen tausta.
4. Vuorovaikutuksen tapa: Viestintä ja vuorovaikutus tapahtuu suoraan kasvokkain tai tietojärjestelmien välityksellä.

Hajautettu organisaatio voi koostua näiden tekijöiden erilaisista yhdistelmistä, joten voidaan todeta, että on esimerkiksi paikallisia ryhmiä ja hajautuneita tiimejä.

Virtuaaliset organisaatiot kokoontuvat toisinaan myös kasvokkain, jolloin ei voida puhua täysin virtuaalisesta organisaatiosta. Kuitenkin päivittäinen kanssakäyminen tapahtuu viestintäteknologian avulla (Vartiainen ym. 2004, 19–24).

4.2 E-työ

E-työ tarkoittaa työn tekemistä sähköisten viestintä- ja yhteistyövälineiden avustamana. E-työ jakautuu kotona tehtävään etätyöhön, mobiilityöhön ja itsenäiseen kotoa käsin tehtävään työhön.

1. Etätyössä työskennellään esim. yksi tai useampi päivä viikosta kotoa käsin ja muu aika toimipisteestä käsin. Etätyön etuina on rauhallinen työympäristö, työmatkojen vähentäminen, työ- ja perhe-elämän sovittaminen paremmin yhteen sekä työn jaksottaminen paremmin omien tarpeiden mukaan.
2. Mobiilityössä työskennellään vähintään kymmenen tuntia viikosta muualla kuin työpisteessä tai kotona etätöissä. Yleisimpiä mobiilityön muotoja ovat liikematkoilla, matkustaen tai asiakkaiden tiloissa tehtävä työ online-yhteyksiä hyväksi käyttäen.
3. Kotoa käsin tehtävää työtä tarkoitetaan itsensä työllistävän kotoa käsin tehtävää työtä. Ammattiryhmät, jota tätä hyödyntävät, ovat freelancerit ja konsultit. Työn vaatima viestintä hoidetaan viestintä- ja tietoteknologian avulla (Vartiainen ym. 2004, 24–28).

5 SOSIAALINEN MEDIA OSAAMISEN JA TIEDON JAKAMISESSA

5.1 Sosiaalisen median määritelmä

Sosiaaliselle medialle on vaikeaa löytää yksiselitteistä määritelmää, nopeasta käyttäjämäärien kasvusta huolimatta. Hintikan (2013) mukaan sosiaalinen media koostuu Internetin uusista palveluista ja sovelluksista, joissa liittyy yhteen käyttäjien välinen yhteydenpito ja oma sisällöntuotanto. Sanojen sosiaalisen ja median tarkoitus tässä yhteydessä voidaan kuvata niin, että sosiaalinen liittyy ihmisten väliseen kanssakäymiseen ja medialla taas tarkoitetaan informaatiota ja kanavia, joiden kautta tieto välitetään. Sosiaalisessa mediassa käyttäjä voi olla viestin vastaanottajan lisäksi aktiivinen viestijä tai sisällöntuottaja. Sosiaalisen median käyttö lisää sosiaalisuutta, yhteisöllisyyttä ja verkostoitumista.

Sosiaaliselle medialle keskeistä ovat www-palvelut, jossa perinteisen sisällön tuotannon lisäksi käyttäjät lisäävät arvioita ja tykkäämisiä toisten tuottamista sisällöistä Huisman (2011). Esimerkiksi blogin sisällön tuottamisesta vastaa yksi käyttäjä, mutta blogia voidaan kommentoida, suositella ja blogeja voidaan linkittää toisiin blogeihin.

Sosiaaliselle medialle tunnusomaisia piirteitä ovat helppokäyttöisyys, nopea omaksuttavuus ja mahdollisuus tuottaa sisältöä yhteisöllisesti (Hintikka 2013).

Kommunikoinnin ja kollektiivisen sisällöntuotannon välineet ovat olleet mukana Internetin Web 1.0 versiossa. Tietoliikenneyhteyksien nopeuksien kasvaminen ja suuremmat www-tallennustilat ovat mahdollistaneet näiden välineiden suuren suosion vasta Web 2.0 konseptissa (Hintikka 2013).

5.2 Sosiaalinen media organisaatiossa

Vaikka sosiaalinen media on saanut suosionsa yksittäisten käyttäjien kiinnostuksesta sisällön tuottamisessa, jakamisessa ja käyttämisessä, on organisaatioiden ollut pakko huomioida sosiaalisen median merkitys omalle liiketoiminnalleen. Yritys voi hyödyntää sitä markkinoinnissa, viestinnässä, rekrytoinnissa, kommunikaatiokanavana ja tuotekehityksessä. (Eronen V. 2011, Salmenkivi & Nyman 2007).

Tuottavuuden lisäämistä myös tietotyössä on tehostettu. Työntekijä yksistään ei kykene ratkaisemaan monimutkaisia ja laajoja ongelmia nopealla aikajänteellä. Oppimistutkimuksen perusteella ryhmässä oppiminen on nopeampaa ja monipuolisempaa kuin yksin oppiminen. Uusi tieto muodostuu yhteistyön seurauksena. Tuottavuuden kasvattaminen edellyttää vuorovaikutusta ja yhteisen tiedon muodostamista sekä työskentelyvälineet (Eronen V. 2011, Ojala & Pöysti 2008).

Hajautetussa organisaatiossa sosiaalinen media antaa mahdollisuuden yhteisen tiedon luomiseen ja jakamiseen. Web 2.0:n komponentit ja nopeat yhteydet ovat antaneet mahdollisuuden yhteydenpitoon eri paikkakunnilla toimivien yhteisön jäsenten kesken. (Eronen V. 2011, Ojala & Pöysti 2008).

5.3 Sosiaalisen median välineet

Tässä tutkimuksessa sosiaalisen median välineiden tarkastelu rajoittuu CGI Suomi Oy:n käytössä oleviin välineisiin, jotka on jaettu tiedon hallinnan välineisiin ja viestinnän välineisiin. Tiedonhallinnan välineet on rakennettu hyödyntäen Microsoft Office SharePoint –alustaa.

Tiedonhallinnan välineet

1. Intranet on tärkeä sisäinen tietolähde työyhteisön palveluihin, toimintoihin, toimintaohjeisiin ja pikalinkkeihin. Tutkittavan yrityksen intranet perustuu

Web 2.0 komponentteihin. Yrityksen johto mm. käyttää aktiivisesti tiedon jakamiseen Blogeja ja Youtube -videoita.

2. Logica Library on materiaalipankki, jonne viedään valmiita, hyväksytyjä dokumentteja ja esitemateriaalia CGI Suomi Oy:n sisäistä julkaisua varten. Käyttöoikeudet dokumenttien lisäämisen ovat rajalliset.
3. Logipedia on CGI Suomi Oy:n sisäinen wikipedia, jonka sisältöä kaikki käyttäjät voivat muokata vapaasti mahdollistaen tiedon jakamisen yksinkertaisella ja vapaamuotoisella tavalla.
4. Workspace on työtila, joka mahdollistaa tietojen jakamisen tiimien, yksiköiden ja erilaisten yhteisöjen kesken ajasta ja paikasta riippumatta. Workspace sisältää dokumenttikirjastot, tiedotteet, keskustelualueet, tapahtuma, listat, linkin, kontaktihenkilöt ja kyselyt. Workspacen käyttöönoton yhteydessä on mahdollista muokata ja lisätä toiminnallisuuksia omien tarpeiden mukaan (CGI Suomi Oy 2013).

Viestinnän välineet

1. Live Meeting on palvelu kokousten, koulutusten ja esitysten järjestämiseen verkon välityksellä. Yksi osallistujista on kokoonkutsuja ja muut osallistuvat kutsussa ilmoitetuilla tunnuksilla. Esitykset jaetaan tietokoneen välityksellä osallistujille.
2. MOC – Microsoft Office Communicator –ohjelma on pikaviestinohjelma, jolla voidaan lähettää viestejä kahden henkilön välillä tai ryhmäviestejä sekä jakaa työpöytä muiden työntekijöiden kanssa. Ohjelmalla voidaan myös osoittaa statustieto.
3. Kahden pisteen välinen videoneuvottelu toteutetaan niin, että molemmissa pisteissä on videoneuvotteluvälineet (kamera ja näyttö) ja materiaali jaetaan Live Meetingin kautta.
4. Monipistevideoneuvottelussa videoneuvotteluun osallistutaan useammasta pisteestä ja jokaisessa tulee olla videoneuvotteluvälineet. Materiaali jaetaan Live Meetingin kautta (CGI Suomi Oy 2013).

6 KOHDEYRITYS CGI SUOMI OY

CGI Suomi Oy on yli 40 vuotta Suomessa toiminut IT-alan palveluyritys. Yritys perustettiin 1972 Kunnallistieto Oy:nä ja eri yritysostojen jälkeen yritysnimi on ollut WM-data, Novo Group ja Logica Suomi Oy, mikä tammikuussa 2013 viimeisen yritysoston jälkeen muuttui CGI Suomi Oy:ksi (CGI Suomi Oy).

CGI on perustettu 1976, CGI:n ja Logican yhteenlaskettu liikevaihto on noin 8 miljardia euroa (2012). Yritys on maailman viidenneksi suurin IT-palveluyritys, jossa on 71 000 asiantuntijaa maailmanlaajuisesti, Suomessa asiantuntijoita on noin 3 000. CGI toimii 40 maassa ja toimipisteitä on 400, Suomessa toimintaa on 17 paikkakunnalla (CGI Suomi Oy).

Yrityksellä on laaja tuntemus eri toimialoista ja niiden IT-palveluista. Suomessa yritys tarjoaa konsultointipalvelua asiakkaiden toiminnan kehittämiseen, integroi tietojärjestelmiä ja on asiakkaiden ulkoistuskumppani (CGI Suomi Oy).

Rondo käyttöönoton tuki

Rondon käyttöönoton tukitiimi koostuu 11 asiantuntijasta. Käyttöönoton tukitiimi on osa Rondo-organisaatiota, ja on asiakasrajapinta Rondon käyttöönottoprojekteissa. Asiantuntijat ovat hajautuneena eri paikkakunnille, niin että hajaute-tusta tiimistä korkeintaan kaksi henkilöä työskentelee samalla paikkakunnalla. Käyttöönottoprojektit on pääsääntöisesti jaettu niin, että yksi asiantuntija ottaa vastuulleen sekä projektipäällikkyuden että konsultoinnin. Viimeisen vuoden aikana kehityssuunta on ollut jo se, että projektiin on projektipäällikön lisäksi kiinnitetty toinen henkilö konsultiksi, näin myös hiljaista tietoa, asiantuntijuutta ja hyviä käytäntöjä saadaan jaettua henkilöiden välillä. Lisäksi yllättävien poissa-olosten takia projektit eivät viivästy, vaan toinenkin henkilö on ajan tasalla projek-tin tilanteesta.

Tiimipalaverit, joita pidetään kerran kuukaudessa, ovat tärkeitä kasvokkain ta-pahtuvia tiedonvaihtotilanteita. Sen lisäksi, että palavereissa käsitellään yrityk-sen, organisaation ja projekteihin liittyviä asioita, on niiden yhteydessä myös

mahdollisuus asiantuntijoiden väliseen tiedon vaihtoon. Muissa palaverieissa, kuten tiimin jäsenten välisen tiedon vaihdon esim. yhteisten käytäntöjen viestimisen ja projektien käynnistymiseen liittyvien tietojen jakamiseen, käytetään Live Meeting –sovellusta.

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

7.1 Tutkimuksen tarkastelunäkökulma ja raja

Tutkimuksen tavoitteena oli hajautetun asiantuntijaorganisaation osaamisen ja tiedon jakamisen kehittämisessä sekä soveltuvien viestintävälineiden löytämisessä tähän tarkoitukseen. Tutkimusongelmana oli, millä sosiaalisen median välineellä osaamista ja tiedon jakamista voidaan edistää hajautetussa organisaatiossa?

Ongelmaa tarkasteltiin vielä seuraavilla alaongelmilla:

1. Miten osaaminen ja tieto tunnistetaan tutkittavassa yhteisössä?
2. Miten tietoa jaetaan tällä hetkellä?
3. Mitkä ovat käytettävissä olevat sosiaalisen median välineet?
4. Mikä on parhaiten soveltuva väline kohdeyhteisölle?

Opinnäytetyö rajoittui tutkimaan Rondo käyttöönoton tukitiimin asiantuntijoiden välistä tiedonvaihtoa ja miten tiimin jäsenen muilta Rondo -organisaation tiimeiltä saatu tieto välittyy koko tiimille. Tutkimuksessa rajattiin pois eksplisiittinen tieto, joka on prosessin mukaisesti dokumentoitua tai liittyy Rondon hyviin käytäntöihin. Salmelan (2008) mukaan tieto voi siis olla rakenteellisuusluokan mukaista hiljaista tietoa, puhutussa muodossa olevaa tai myös dokumentoitua tietoa. Viestintävälineiden osalta työ rajoittuu välineisiin, jotka jo nyt ovat CGI Suomen käytössä (luku 5.3 Sosiaalisen median välineet).

7.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena ja kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Kohderyhmältä kerättävän aineiston keruumenetelmänä täytetään kyselyä ja sosiaalisen median välineiden ominaisuuksien vertailussa vertailevaa tutkimusta.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Sitä voidaan kuvata moninaisesti, mutta huomioiden, että todellisuutta ei voida jakaa osiin oman mielen mukaan. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on kuvata tutkimusaihetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Arvot vaikuttavat tutkimustulokseen, koska arvoilla on merkitystä siihen miten tulkitsemme kohteena olevaa ilmiötä. Kvalitatiivisella tutkimuksella ei ole mahdollisuutta tavoittaa objektiivisuutta, koska tutkija ja tunnistettu tieto ovat kiinteästi yhteydessä toisiinsa. Tuloksiksi voidaan saada aikaan ja paikkaan rajoittuvia ehdollisia selityksiä. Kvalitatiivisesta tutkimuksesta todetaankin, että sen tarkoituksena on ennemmin löytää tai tuoda julki tosiasioita kuin olemassa olevien totuuksien todentamista (Hirsjärvi ym. 2007).

Hirsjärvi ym. (2007, 160) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonhankinta on kokonaisvaltaista ja lähdeaineisto kootaan todellisista tilanteista. Ominaista kvalitatiiviselle tutkimukselle on myös, että tiedonlähteinä käytetään henkilöitä ja valittavat henkilöt ovat tarkoituksenmukaisesti valittu kyselyyn tai haastatteluun. Toimintatavat, joita käytetään tutkittavan tiedon hankinnassa, ovat laadullisia ja tutkimussuunnitelmaa tarkennetaan tutkimuksen edetessä. Analysointivaiheessa aineisto käsitellään yksityiskohtaisesti ja monitahoisesti, lisäksi kaikki tapaukset käsitellään yksilöllisesti ja aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. Analyysissa tutkijan tavoitteena on tuoda esille odottamattomia seikkoja.

Kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän keskeisiä ominaisuuksia ovat aikaisempien tutkimuksien johtopäätökset ja teoria, joilla pyritään kuvaamaan tarkemmin kyseessä olevaa ilmiötä ja joilla määritellään havaintoon liittyvät käsitteet. Lisäksi kerättävästä aineistosta on mahdollisuus toteuttaa määrällinen ja numeer-

rinen mittaus sekä analysointiin käytetään tilastollisia menetelmiä (Hirsjärvi ym. 2007).

Vertailevaa tutkimusta käytettiin Sosiaalisen median välineiden ominaisuuksien vertailussa. Vertailevan tutkimuksen ryhmäeroja selittävässä tutkimuksessa vertaillaan tiettyjä ominaisuuksia useammasta ryhmästä, jolloin saadaan selville ominaisuuksien yhtäläisyydet ja eroavaisuudet. (Kajaanin amk 2013.)

Sosiaalisen median välineiden vertailevan tutkimuksen tarkoituksena oli löytää Rondo käyttöönoton tukitiimille parhaiten soveltuva tiedonvälitysjärjestelmä. Vertailussa mukana oli CGI Suomi Oy:n tarjoamat Sosiaalisen median välineet.

7.3 Tutkimusaineiston hankinta

Kohderyhmältä aineiston keruu toteutettiin kyselyllä, keruumenetelmänä käytettiin verkkokyselyä. Tämä aineistohankintamenetelmän käyttö oli luontevaa, koska kohderyhmän jäsenet ovat hajautuneena eri toimipisteisiin. Lisäksi verkkokyselyn valintaa puolsi keruumenetelmän edullisuus ja ajansäästö.

Verkkokyselyssä tutkittaville lähetettiin linkki kyselylomakkeeseen sähköpostitse. Kyselylomake oli laadittu Google Drive sovelluksella. Kyselylomake sisälsi strukturoidussa muodossa olevia kysymyksiä, jotka olivat sekä skaaloihin perustuvia että avoimia kysymyksiä, yhteensä 17 kpl. (liite 1. kyselylomake). Kysymykset laadittiin taustateoriaan ja tutkimusongelman aliongelmiin perustuen. Tilastokeskuksen (2013) mukaan kysymysten suunnittelun keskeisimpiä periaatteita ovat, että kohderyhmän jäsenet ymmärtävät mitä heiltä kysytään ja heidän voidaan olettaa tietävän vastaukset kysymyksiin sekä he ymmärtävät, miten vastaus annetaan.

Kysymyksillä pyrittiin keräämään tietoa siitä, miten kohderyhmän jäsenet etsivät, jakavat ja löytävät tietoa ja lisäävät osaamistaan sekä miten hyödyntävät sosiaalisen median välineitä tällä hetkellä.

Kohdehenkilöille lähetettiin sähköpostilla linkki kyselyyn. Kohderyhmänä oli koko Rondo käyttöönoton tukitiimi, 11 henkilöä. Kohderyhmä on yleisien tutkimusmetodien määrittelyjen näkökulmasta pieni ja ehkä riittämätön, mutta kyseessä olevan tutkimusongelman ratkaisemiseen se on riittävä, koska ongelman ratkaisulla pyritään edistämään kyseisen ryhmän osaamisen ja tiedon jakamista. Vastaukset kyselyyn tallentuivat nimettöminä ja vastausprosentti oli 82 %. Kohderyhmän jäsenille lähetettiin muistutus kyselystä kaksi kertaa.

Vastaamattomuus verkkokyselyissä on yleensä suuri, johtuen kysymysten määrästä, lomakkeen monimutkaisuudesta ja kyselyn ajoittumisesta loma-aikaan (Tilastokeskus, 2013).

Sosiaalisen median välineiden ominaisuuksien vertailuun aineistoa hankittiin CGI Suomi Oy:n intrasta.

7.4 Tutkiminen ja analysointi

Kohderyhmän vastausten analysoinnin apuna käytettiin Google Drive analysointi työkalua. Joten aineistoa käsiteltiin osin tilastollisten menetelmien avulla, mutta aineistoa käsiteltiin myös sisällönerittelymenetelmän avulla.

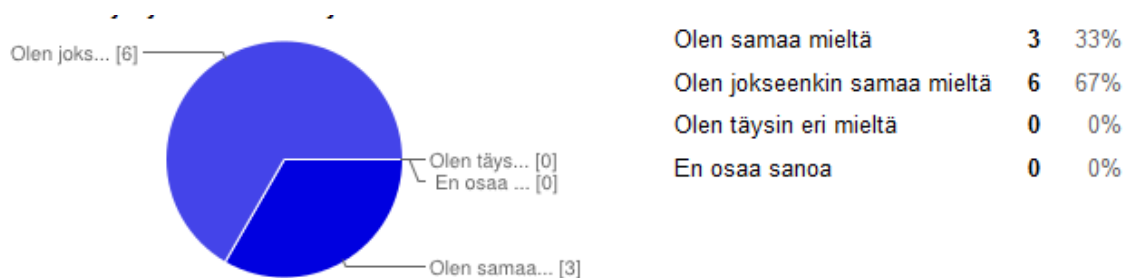
Sosiaalisen median välineiden ominaisuuksien vertailussa listattiin tärkeimmät ominaisuudet, jotka ohjelman tulisi täyttää. Nämä ominaisuudet, jotka voitiin päätellä teoratiedon ja kyselyn vastausten perusteella, ovat tärkeimpiä kriteerejä valittaessa välinettä osaamisen ja tiedon jakamiseen. Tiedon keruun välineenä käytettiin Exceliä, johon pystysarakkeelle lueteltiin vertailtavat sovellukset ja riveittäin ominaisuudet. Kun sovellus täytti ominaisuuden, annettiin arvoksi 1 ja jos ei täyttänyt niin 0.

7.5 Verkkokyselyn tutkimustulokset

7.5.1 Yrityksen käytössä olevien sosiaalisen median välineiden tunnistaminen

Sosiaalinen media on arkipäivää työntekijöiden yksityiselämässä, tuotetaan sisältöä, tykätään ja seurataan. Myös organisaatioiden on ollut pakko huomioida sosiaalisen median merkitys omalle liiketoiminnalleen (Eronen V. 2011, Salmenkivi, Nyman 2007). Näin myös CGI:ssä hyödynnetään sosiaalista mediaa, yrityksen johdon henkilöt kirjoittavat blogia ajankohtaisista aiheista ja käyttävät myös videoita tiedon jakamiseen. Lisäksi yrityksen työntekijöitä kannustetaan verkostoitumaan ja bloggaamaan.

Vastaukset kysymykseen osoittavat, että 33 % vastaajista tunnistaa käytössä olevat sosiaalisen median välineet ja 67 % tunnistaa jonkin verran, kuvassa 3 näkyy vastauksien jakautuminen tarkemmin. Jakauman perusteella voisi todeta, että CGI on kyllä informoinut käytössä olevista välineistä, mutta sosiaalisen median välineiden käyttömahdollisuuksista voitaisiin tuoda tietoa esille enemmän.



Kuva 3. Yrityksen käytössä olevien sosiaalisen median välineiden tunnistaminen.

7.5.2 Sosiaalisen median hyödyntäminen työssä

Rondo käyttöönoton tukitiimi toimii hajautetusti ja meneillään olevien projektien aikataulut ovat hyvin tiukkoja, jolloin työntekijät työskentelevät paljon itsenäisesti ja tilanteet ovat hektisiä. Lisäksi projektiin käytettyä aikaa ja projektin budjettia seurataan ja raportoidaan kuukausittain.

Tänä päivänä tietotyön tuottavuus on noussut tärkeäksi tarkastelunäkökulmaksi organisaatioissa. Projektissa ongelmien tullessa esille työntekijällä ei ole mahdollisuutta käyttää aikaa ratkaisun etsimiseen itsenäisesti tiukan aikataulun vuoksi ja toisissa projekteissa vastaavia ongelmia on jo saatettu ratkaista (Eronen V. 2011, Ojala & Pöysti 2008), jolloin on koko organisaation kannalta tehokasta, että yhteydenpito tiimin jäsenten välillä on helppoa ja nopeaa.

Kysymykseen odotettiin avointa vastausta. Vastausten perusteella MOC on pääsääntöinen viestintäväline tiimin jäsenten välillä. Vastaukset osoittavat myös, että on omaksuttu uudet käytännöt toimia nopeasti muuttuvissa tilanteissa. Vastauksista ei käy ilmi, onko viestintä kahden henkilön välistä vai useamman henkilön välistä.

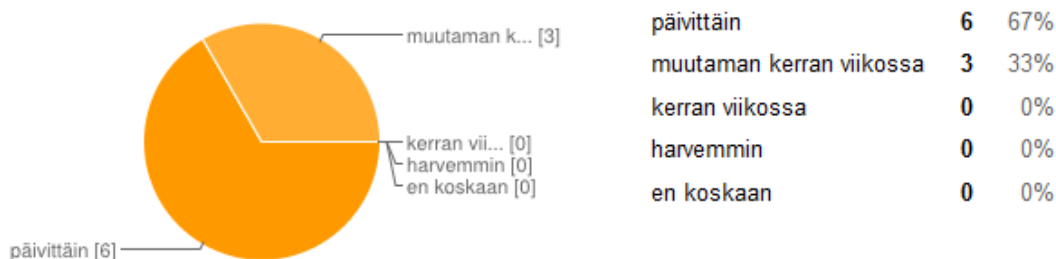
Vastaukset osoittivat myös, että jotkut tiimin jäsenistä ovat aktiivisia eri välineiden käytössä. Workspace -sivustoja käytetään tilanteen mukaan, LiveMeetingia käytetään aktiivisesti ja myös Tracia, joka on sisäinen wiki-sivusto. Lisäksi sosiaalisen median välineitä käytetään ajankohtaisen tiedon hankkimiseen ja oppimiseen.

7.5.3 Sosiaalisen median käytön yleisyys työssä

Kysymyksellä haluttiin saada selville kuinka aktiivisesti työntekijät käyttävät sosiaalista mediaa työssään.

Voidaan todeta, että sosiaalisesta mediasta on suurimmalle osalle vastaajista tullut työrutiineja. Kuvassa 4 67 % vastaajista ilmoittaa käyttävänsä sosiaalista

mediaa päivittäin ja 33 % ilmoittaa käyttävänsä muutaman kerran viikossa, joten sosiaalisen median käyttöaktiivisuus työyhteisössä on hyvin korkealla.



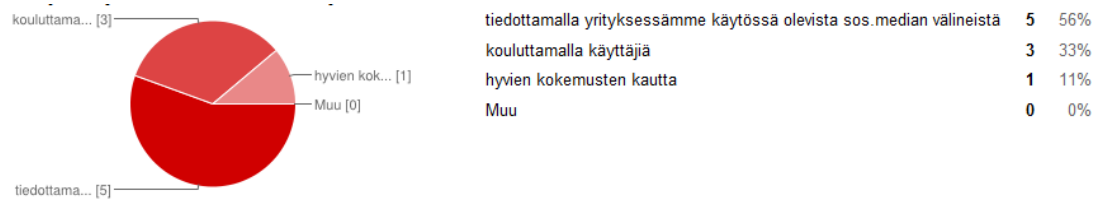
Kuva 4. Sosiaalisen median käytön yleisyys työssä

7.5.4 Työntekijöiden motivointi tiedon jakamiseen sosiaalisen median kautta

Tietojärjestelmät ja niiden käytettävyyks ovat tänä päivänä hyvin merkittäviä edellytyksiä organisaation oppimiselle. Tietojärjestelmät antavat kokonaan erilaisia mahdollisuuksia uusien toimintatapojen toteuttamiseen (Sydänmaalakka, 2012). Sosiaalinen media mahdollistaa hajautetun organisaation työntekijöiden välisen tehokkaan kommunikoinnin, kun sen käyttö koetaan henkilökohtaisesti tärkeäksi.

Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että motivointia lisätään tiedottamalla yrityksemme käytössä olevista sosiaalisen median välineistä. 33 % vastaajista halusi lisää koulutusta ja 11 % vastaajista oli sitä mieltä, että hyvät kokemukset lisäsivät motivaatiota käyttää sosiaalista mediaa, kuvassa 5 hahmottuu tarkemmin vastausten jakautuminen.

Vastausten perusteella organisaation tuella ja kannustuksella saadaan lisättyä motivaatiota sosiaalisen median käyttöön ja tämä toteutuisi tiedottamalla ja lisäämällä koulutusmahdollisuuksia. Lisäksi sosiaalisen median käytön motivaatiota lisää onnistuneet kokemukset, johon vaikuttaa yhteisön keskinäinen luottamus ja vuorovaikutustaidot sekä organisaation tuki.

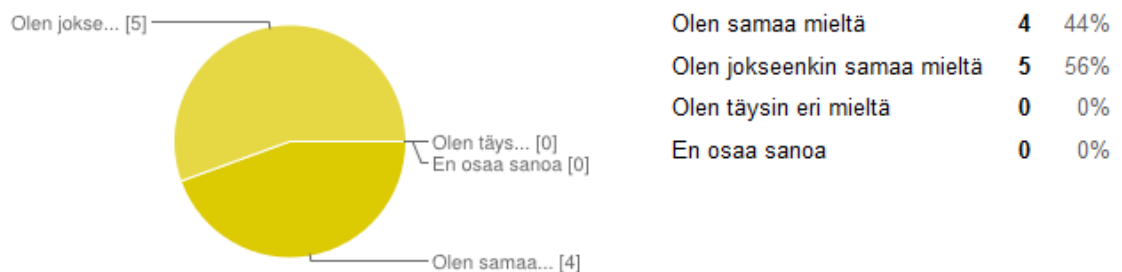


Kuva 5. Työntekijöiden motivointi tiedon jakamiseen sosiaalisen median kautta.

7.5.5 Sosiaalinen media ja avoimuus organisaatiossa

Osaaminen ja tiedon jakaminen on hyvin tärkeää organisaation oppimisessa. Kun tietoa jaetaan, tulee hyöty siitä koko organisaatiolle ja se ei ole pois jakajalta. Asiantuntijaorganisaatiossa tehokas yhteistyö on menestymisen edellytys, jotta yhteistyö olisi tehokasta edellyttää se avoimuutta organisaatiossa (Sydänmaalakka, 2012).

Vastaajista 44 % oli samaa mieltä, että sosiaalinen media lisää avoimuutta organisaatiossa ja suurin osa (56 %) oli jokseenkin samaa mieltä (kuva 6). Vastusten perusteella voidaan todeta, että sosiaalisen median käytöllä on vaikutusta organisaation avoimuuteen, mutta se ei yksin riitä.

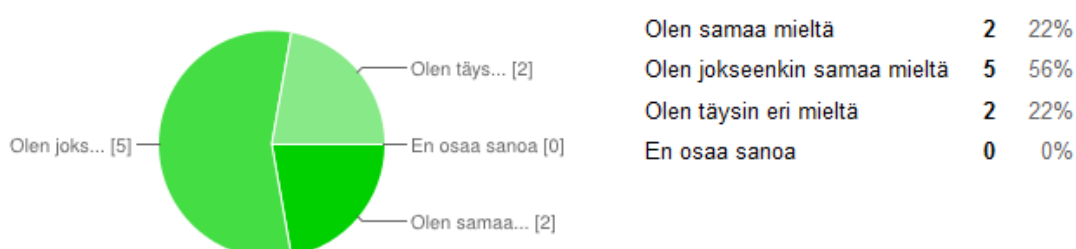


Kuva 6. Sosiaalinen media ja avoimuus organisaatiossa.

7.5.6 Tallennettu ja dokumentoitu tieto on helposti löydettävissä

Organisaation osaamisen kehittämisessä ja tiedon jakamisessa sekä projektin tehokkaan läpiviennin edellytyksenä on, että tallennettu ja dokumentoitu tieto löytyvät helposti.

Vastaajista vain 22 % oli sitä mieltä, että tieto on helposti löydettävissä ja 56 % vastaajista oli joksinkin samaa mieltä ja 22 % oli täysin eri mieltä (kuva 7.)



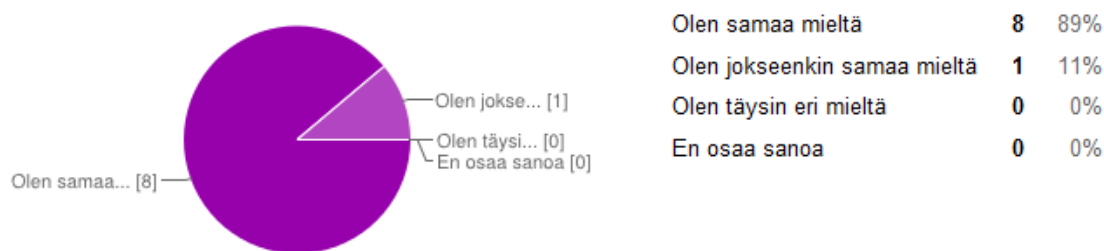
Kuva 7. Tallennettu ja dokumentoitu tieto on helposti löydettävissä.

Vastausten jakautuminen osoittaa, että tallennetun ja dokumentoidun tiedon hallinnointiprosessia tulisi kehittää.

7.5.7 Tiedon jakaminen helpottuu keskitetyn välineen kautta

Hajautetussa organisaatiossa sosiaalinen media antaa mahdollisuuden yhteisen tiedon luomiseen ja jakamiseen (Eronen V. 2011, Otala & Pöysti 2008) ja kohde organisaatiossa tiedon helppo ja nopea löytäminen puoltaa keskitetyn välineen käyttöä.

Vastausten perusteella 89 % tutkittavista on sitä mieltä, että tiedon jakaminen helpottuu keskitetyn välineen kautta. 11 % oli joksinkin samaa mieltä (kuva 8).



Kuva 8. Tiedon jakaminen helpottuu keskitetyn välineen kautta.

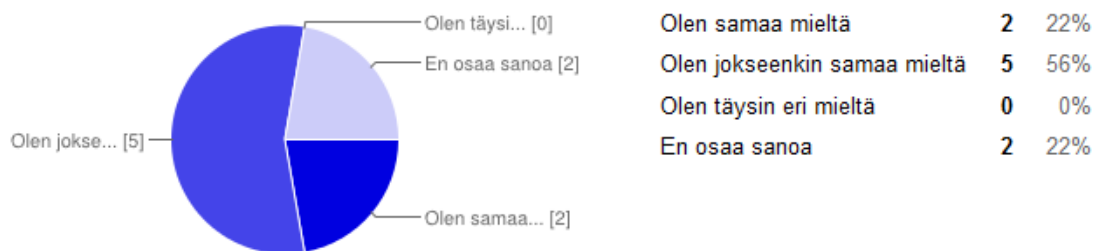
Vastauksista voidaan päätellä, että tiimin jäsenillä on yhteinen tahtotila löytää keskitetty välin tiedon jakamiseen.

7.5.8 Työyhteisön yhteenkuuluvuuden kasvu ja sosiaalisen median

Hajautetussa organisaatiossa yhteenkuuluvuuden tunne on haasteellista saavuttaa, siihen vaikuttavat vahvasti organisaation kulttuuri, työyhteisön jäsenten sosiaaliset - ja vuorovaikutustaidot sekä jäsenten välinen luottamus.

Organisaation oppimisessa Sydänmaanlakka, 2012 kuvaa organisaation ominaisuuksia, joista yksi on yhteinen visio. Yhteinen visio vie organisaatiota samaan suuntaan. Jotta organisaation toiminta ohjaisi myös osaamisen kehittämistä, tulee vision olla selkeä. Luvussa 5.2 Sosiaalinen media organisaatiossa kiinnitetään huomiota siihen, että hajautetussa organisaatiossa sosiaalinen media antaa mahdollisuuden yhteisen tiedon luomiseen ja jakamiseen.

Kuvassa 9 nähdään, että vastaajista 22 % ilmoitti sosiaalisen median lisäävän työyhteisön yhteenkuuluvuutta ja 56 % oli jokseenkin samaa mieltä ja 22 % ei osannut sanoa, kuitenkin täysin erimieltä ei ollut kukaan.

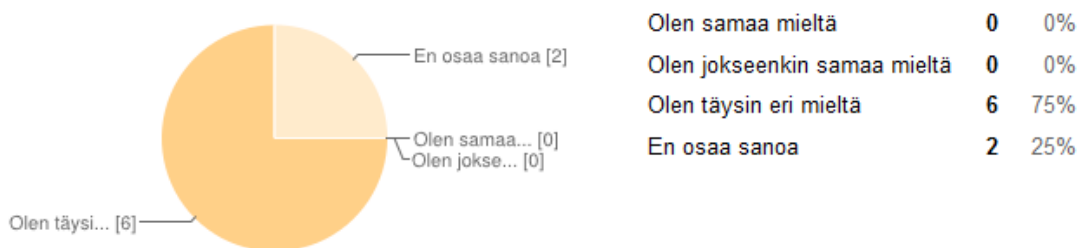


Kuva 9. Työyhteisön yhteenkuuluvuuden kasvu ja sosiaalinen media.

Vastauksista voidaan päätellä, että kun sosiaalisen median käyttö työyhteisössä on ollut lähinnä MOC:n käyttöä kahden henkilön välillä, niin tarpeeksi laajaa kokemusta sosiaalisen median käytöstä ei ole, jotta voitaisiin todeta sen lisänneen yhteenkuuluvuutta työyhteisössä.

7.5.9 Sosiaalisen median käytön vaikutus

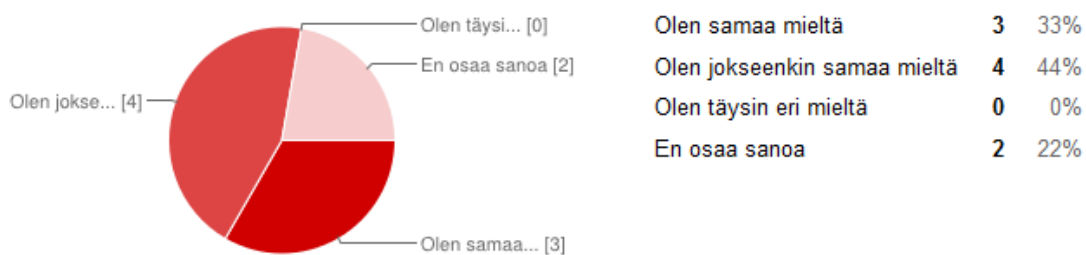
Kysymyksellä haettiin vastausta siihen, että kokevatko työntekijät sosiaalisen median työllistäväksi tekijäksi. Kuvassa 10 vastausten perusteella vastaajista 75 % oli täysin eri mieltä, eli heille sosiaalisen median hyödyntäminen työssä oli luontevaa ja 25 % ei osannut sanoa. Olen samaa mieltä ja Olen jokseenkin samaa mieltä ei vastannut kukaan, joten muutosvastarintaa ei tässä suhteessa ollut näkyvissä.



Kuva 10. Sosiaalisen median käytön vaikutus

7.5.10 Ammatillinen osaaminen ja tieto, josta on hyötyä muille.

Asiantuntijaorganisaation toiminta perustuu työntekijöiden osaamiseen ja eri muodoissa olevan tiedon sekä tietotekniikan väliseen vuorovaikutukseen (Salmela 2008). Asiantuntijaorganisaatiossa on paljon hiljaista tietoa ja ei dokumentoitua tietoa, kysymyksellä haettiin vastausta siihen, tunnistavatko työntekijät itsellään olevansa tällaista tietoa ja osaamista, josta voisi olla hyötyä myös muille.



Kuva 11. Ammatillinen osaaminen ja tieto, josta on hyötyä muille.

Vastaajista 33 % ilmoitti, että heillä on sellaista ammatillista osaamista ja tietoa, josta voisi olla hyötyä muille. Myös 44 % vastaajista ilmoitti, että heillä voisi olla jonkin verran sellaista ammatillista osaamista ja tietoa, josta voisi olla hyötyä muille. 22 % vastasi, että ei osaa sanoa (kuva 11).

Vastauksista voisi päätellä, että osaamista ja tietoa kyllä on, mutta epävarmuutta on sen jakamisessa.

7.5.11 Työhön liittyvän tiedon saanti

Työntekijät tarvitsevat vahvan ammatillisen osaamisensa lisäksi erilaista tietoa projektin eri vaiheissa, kuten yrityksen sisäistä tietoa esim. HR:ltä ja muilta tuki-funktioilta. Kysymykseen odotettiin vastauksia, mistä kaikkialta tietoa haetaan.

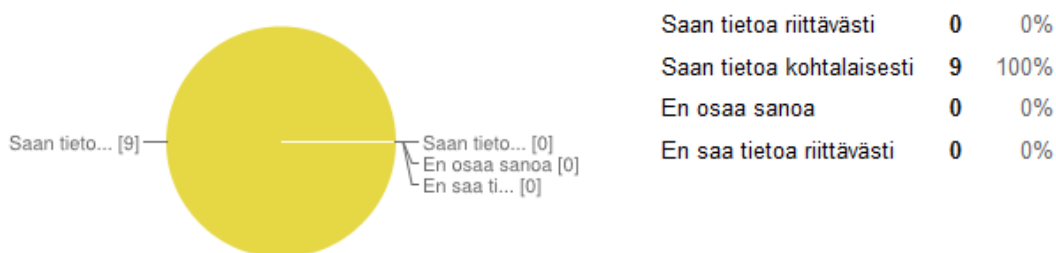
Kysymykseen odotettiin avointa vastausta.

Vastaukset osoittavat, että kyseessä on hajautettu tiimi. Vastauksissa tulee esille hyvin vähän kasvokkain tapahtuvaa tiedon vaihtoa esim. käytävä keskusteluja. Tiimipalaverit ovat tärkeitä kasvokkain tapahtuvia tiedonvaihtomuotoja.

Yleisin tiedon saantitapa on kysellä kollegoilta MOC:lla ja sähköpostilla sekä intrasta etsien. Lisäksi tietoa saatiin verkkolevyiltä, puhelinkeskusteluissa ja koulutuksen kautta.

7.5.12 Riittävä työhön liittyvän tiedon saanti

Kuvassa 12 nähdään, että kaikkien vastaajien mielestä he saivat työhönsä liittyvää tietoa kohtalaisesti.



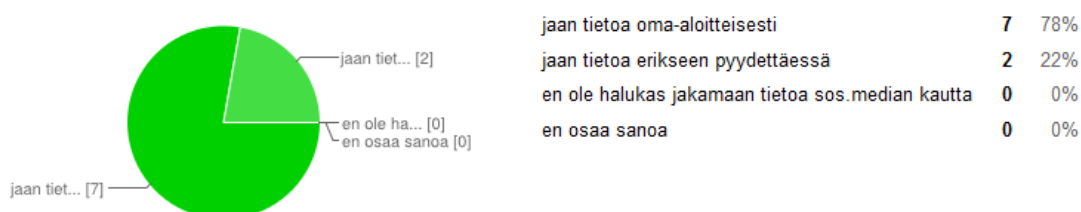
Kuva 12. Riittävä työhön liittyvän tiedon saanti

Kysymyksen vastausten ja aikaisempien vastausten perusteella tallennetun ja dokumentoidun tiedon hallinnointiprosessia tulisi kehittää sekä myös oman osaamisen ja tiedon jakamista tulisi kannustaa.

7.5.13 Kollegoja hyödyntävän osaamisen tai tiedon jakaminen

Organisaation kulttuuri, yksilöiden välinen luottamus ja vuorovaikutustaidot vaikuttavat siihen miten valmiita ollaan tietoa jakamaan omaehtoisesti. Organisaatiossa tulisikin pitää yllä ja kasvattaa työyhteisön luottamusta.

Vastaajista 78 % ilmoitti jakavansa tietoa oma-aloitteisesti ja 22 % ilmoitti jakavansa pyydettyäessä (kuva 13). Tämä piirre on tärkeä asiantuntijaorganisaatiossa. Sydänmaanlakan, 2012 mukaan osaaminen ja tiedon jakaminen on hyvin tärkeää oppivassa organisaatiossa, ja on huomioitava, että vasta jaettu tieto on valtaa. Jakaminen luo hyötyä koko organisaatiolle ja se ei ole pois jakajalta.

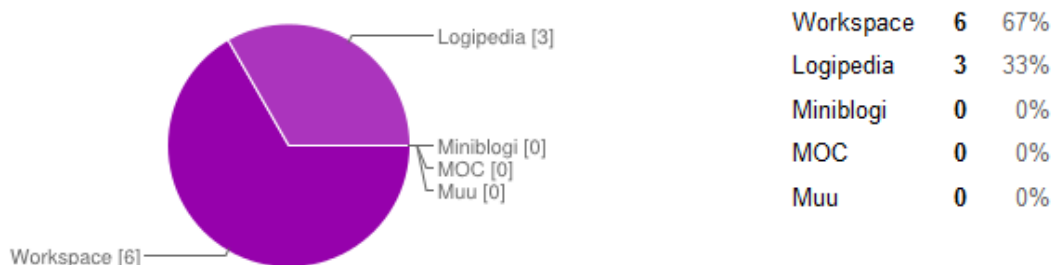


Kuva 13. Kollegoja hyödyntävän osaamisen tai tiedon jakaminen

7.5.14 Kollegojen väliseen tiedon jakamiseen soveltuva sosiaalisen median väline

Kysymyksellä haettiin näkemystä siitä, millä välineellä vastaajat mieluiten jaksivat tietoa, kun vaihtoehtoina oli Workspace, Logipedia, Miniblogi, MOC ja Muu, johon oli mahdollisuus kirjoittaa oma vaihtoehto. Kuvassa 14 nähdään

vastausten jakautuminen kahden välineen kesken. 67 % vastaajista ehdotti Workspacea välineeksi tiedon jakamiseen kollegojen välillä ja 33 % Logipediaa.



Kuva 14. Kollegojen väliseen tiedon jakamiseen soveltuva sosiaalisen median väline.

7.5.15 Liittykö tiedon jakamiseen uuden tiedon syntymistä?

Kysymyksellä haettiin vastausta siihen, tunnistavatko vastaajat uuden tiedon syntymisen. Kysymyksiin odotettiin avointa vastausta. Vastaukset olivat hyvin lyhyitä, mutta kaikista vastauksista kävi ilmi, että tiedon jakamisessa syntyy uutta tietoa.

7.5.16 Sosiaalisen median uhat tiimityöskentelyssä

Kysymyksellä haettiin vastaajien näkemystä siihen, että näkevätkö he jotakin sellaisia asioita, jotka vaikeuttaisivat tiimityöskentelyä. Kysymyksiin odotettiin avointa vastausta.

Sosiaaliselle medialle ei suoranaisesti nähty uhkia, mutta vastauksissa painotettiin, että sosiaalinen media ei saa olla ainoa kontaktimuoto, vaan myös henkilö-

kohtaiset kontaktit pitää myös säilyttää. Lisäksi sosiaalisen median kautta lähetettävät kysymykset eivät välttämättä ole tarpeeksi mietittyjä ja muotoiltuja.

7.5.17 Mobiililaitteen käyttö työhön liittyvän tiedon etsimiseen/jakamiseen

Tämän kysymyksen tavoitteena oli kartoittaa, kuinka paljon mobiililaitetta käytetään tällä hetkellä tiedon jakamiseen tai etsimiseen, koska tutkimuksen yhtenä lähtökohtana oli, että ehdotettava viestintäväline olisi ajasta ja paikasta riippumaton.

Tässä kysymyksessä vastaukset hajaantuivat eniten (kuva 15). Päivittäin mobiililaitetta käyttäviä oli 33 %, kerran viikossa 11 % ja 22 % harvemmin kuin kerran viikossa. Huomioitavaa oli, että 33 % vastaajista ilmoitti, että eivät käytä lainkaan.



Kuva 15. Mobiililaitteen käyttö työhön liittyvän tiedon etsimiseen tai jakamiseen.

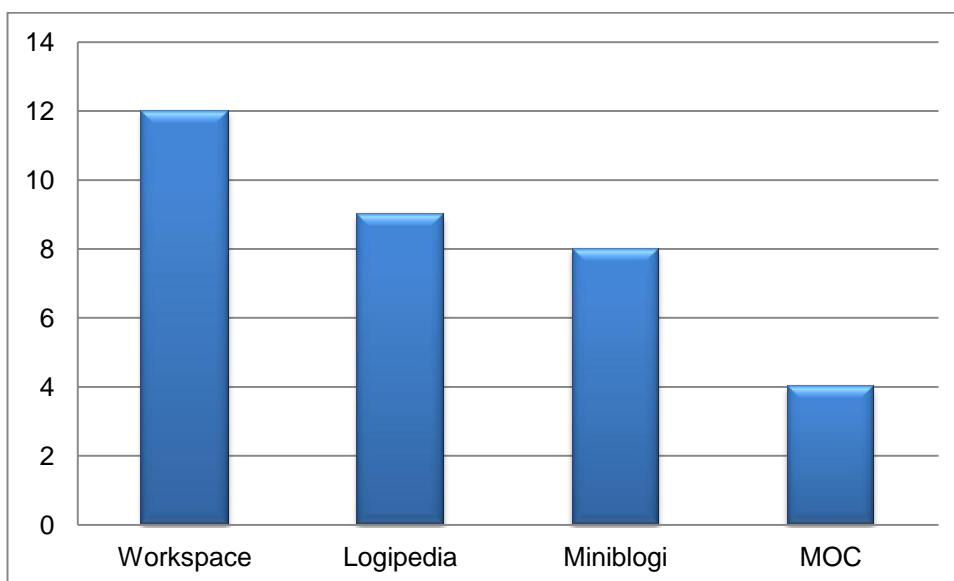
7.6 Vertaileva tutkimus, sosiaalisen median välineet

Tutkimuksessa kiinnitettiin huomiota sosiaalisen median välineiden ominaisuuksiin, jotka ovat tärkeitä valintakriteerejä hajautetun organisaation osaamisen ja tiedon jakamisen välineelle.

Vertailussa mukana olevat 13 ominaisuutta ovat:

1. tiedon lisääminen
2. kuka tahansa voi lisätä tietoa (oikeuksien mukaan)
3. dokumentin lisääminen liitteeksi
4. kuvan lisääminen
5. julkaisemisen helppous
6. jakamisen helppous
7. tiedon haku helppoa
8. oikeuksien rajaus
9. tiedon luokittelu
10. ajasta ja paikasta riippumaton
11. seuraamisen helppous
12. tiedon säilyminen
13. nopea kommunikointikanava

Kuvassa 16 havaitaan, että Workspacesta löytyi 13 vertailussa olleista ominaisuuksia 12 ja Logipedia seuraavaksi eniten. Miniblogi kyllä sisälsi myös paljon edellytettyjä ominaisuuksia, mutta se soveltuu paremmin yrityksen sisällä yksilön bloggaukseen. MOC, joka on enemmän pikaviestin, sisälsi vähiten edellytettäviä ominaisuuksia.



Kuva 16. Sosiaalisen median välineet ominaisuuksien mukaan jaoteltuna.

8 RELIAABELIUS JA VALIDIUS

Reliaabelius eli luotettavuus ja validius eli pätevyys ovat käsitteitä, joiden avulla varmistetaan mitattavien asioiden toistettavuutta ja kyselyn vastauksista tehtyjen johtopäätösten luotettavuutta (Hirsjärvi ym. 2007).

Tutkimuksen reliaabelius voidaan todentaa sillä, että tutkimus rajoittuu yhden tiimin osaamisen ja tiedon jakamiseen. Tutkimuksen kohteena on ollut koko tiimi, tiimi koostuu 11 henkilöstä ja 9 heistä vastasi tutkimuksen verkkokyselyyn. Jos kysely tehtäisiin uudelleen, niin voidaan olettaa, että lopputulos olisi samanlainen.

Validiutta voidaan todistaa sillä, että tutkimuksessa käytettiin sekä kvalitatiivisen että kvantitatiivisen tutkimuksen metodeja. Tutkimuksessa käytettiin verkkokyselyä sekä myös vertailevaa tutkimusta ja tutkimusaineistoa tutkittiin tilastollisin menetelmin.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksessa havaittiin, että tiimin jäsenet tunnistavat omaavansa osaamista ja tietoa, josta voisi olla hyötyä kollegoille. Nonakan ja Takeuchin SECI-mallin ensimmäisessä askeleessa sosialisatiossa hiljainen ja kokemusperäinen tieto jaetaan asiantuntijoiden kesken kokemusten, ajattelumallien ja teknisten taitojen avulla. Asiantuntijaorganisaatiossa on paljon hiljaista ja kokemusperäistä tietoa, joka muodostuu substanssiosaamisesta ja henkilökohtaisista ominaisuuksista. Valmius jakaa tietoa oma-aloitteisesti tai pyydettyäessä liittyy SECI-mallin Ulkoistamis -askeleeseen, jossa hiljainen tieto muunnetaan vuoropuhelun ja yhteisen havainnoinnin avulla näkyväksi tiedoksi.

Tutkimuksessa havaittiin sekä kyselyn vastausten perusteella että myös vertailevan tutkimuksen perusteella, että Workspace soveltuu parhaiten hajautetun tiimin viestintävälineeksi. Valintaa puoltaa erityisesti se, että se voidaan rajata tietyn ryhmän käyttöön kun taas Logipedia, joka myös sisälsi edellytettäviä ominaisuuksia, mutta juuri sen avoimuus kaikille käyttäjille on rajoite tässä yhteydessä. Workspacen käyttö mahdollistaa tiedon muuntamisen monimutkaisemmaksi näkyväksi tiedoksi, jota Seci-mallin kolmannen askeleen yhdistäminen kuvaa, kun jokainen asiantuntija voi lisätä omaa kokemusperäistä tietoa Workspaceen, jolloin syntyy uutta tietoa ja uusia yhteisiä toimintamalleja sekä tieto on välittömästi kaikkien nähtävillä ajasta ja paikasta riippumatta. Jotta Workspace mahdollistaisi tutkimuksessa havaitut osaamisen ja tiedon jakamisen tarpeet, niin tulisi sivustoa muodostettaessa avata vähintään seuraavat alueet: dokumenttikirjasto, tiedotteet ja keskustelualue.

Kun asiantuntijat käyttävät yhteisesti jaettua tietoa omassa työympäristössä, niin käynnistyy Seci-mallin neljäs askel, sisäistämisprosessi, jossa näkyvä tieto muuntuu oman oppimisprosessin kautta hiljaiseksi tiedoksi.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että ryhmän jäsenet ovat valmiita jakamaan tietoa ja ovat valmiita hyödyntämään uusia toimintatapoja ja välineitä, tutkimuksessa ilmeni myös, että nykyisin paljon käytössä oleva pikaviestinväline MOC soveltuu

edelleen nopeisiin tiedonvaihtoihin, joissa kysymyksiin odotetaan vastauksia pikaisesti. Lisäksi tuotiin esille, että henkilökohtaiset kontaktit ovat tärkeitä osaamisen ja tiedon jakamisessa, jota sosiaalisen median välineellä ei voida kokonaan korvata.

9.1 Rajauksia ja jatkotutkimusaiheita

Tämä tutkimus rajoittui tarkastelemaan yhden tiimin osaamisen ja tiedon jakamisen edistämistä ja sopivan välineen löytämiseen tähän tarkoitukseen. Tässä tutkimuksessa ei keskitytty siihen, mikä vaikutus johtamisella on osaamisen ja tiedon jakamisessa.

Jatkotutkimukseksi ehdotetaan, millainen vaikutus johtamisella on osaamisen ja tiedon jakamisessa hajautetussa organisaatiossa.

LÄHTEET

CGI Suomi Oy. Viitattu 11.1.2013

<http://info.global.logica.com/ab/func/km/org/Fi/Pages/default.aspx>.

<http://info.global.logica.com/tools/knowledge/pages/default.aspx>

Hintikka K.A. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali. Sosiaalinen media. Jyväskylän yliopisto.

Viitattu 29.1.2013 <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>

Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Huisman, A. 2012. Hyvä paha sosiaalinen media. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos.

Viitattu 6.12.2012

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/26536/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201102081755.pdf?sequence=1>.

Huotari, M-L.; Hurme, P. & Valkonen, T. 2005. Viestinnästä tietoon. Helsinki: WSOY.

Eronen, V. 2011. Sosiaalisen median hyödyntäminen ohjelmistoalan yrityksessä. Diplomityö. Tuotantotalouden koulutusohjelma. Lappeenranta: Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Viitattu 30.1.2013

Kajaanin ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyöpakki. Viitattu 13.04.2013

<http://193.167.122.14/Opari/ontTukiTutkVertaileva.aspx>

Koenig, M.E.D. 1998, Information driven management concepts and themes: With the assistance of M. Macintosh. IFLA Publications 86. Munchen: K.G. Saur.

Marquardt, M. 1996. Building the Learning Organization. Institute of Personal Management.

Nonaka, I. & Takeuchi, H. 1995, The Knowledge – Creating Company, New York: Oxford University press.

Otala, L. & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin –yritys 2.0 tuottamaan. Helsinki: WSOYpro.

Salmela, P. 2008. Hiljainen ja rakenteellistettu tieto asiantuntijaorganisaation toiminnan kehittämisessä. Viitattu 2.12.2012. <http://ojs.tsv.fi/index.php/inf/article/viewFile/609/500>.

Senge, P. 1990. The Fifth Discipline. The Art and Practice of the Learning Organization. Doubleday.

Stevens, N.D. (1986). The history of informations. Julkaisussa: Advances in Librarianship, vol 14, s. 1-48.

Sydänmaalakka, P. 2012. Älykäs organisaatio. Helsinki: Talentum.

Tilastokeskus. Laatussa tilastoissa 2. uudistettu painos. Viitattu 13.4.2013 http://www.stat.fi/meta/qg_2ed.pdf

Toom, A.; Onnismäa, J. & Kajanto, A. Hiljainen tieto, Kansanvalistusseura.

Vartiainen, M; Kokko, N. & Hakonen, M. 2004. Hallitse hajautettu organisaatio. Helsinki: Talentum.

Virtainlahti, S. 2009. Hiljaisen tietämyksen johtaminen. Helsinki: Talentum.

Kysely - Tietämyksen jakaminen kollektiivisesti

Tunnistan yrityksessämme käytössä olevat sosiaalisen median välineet.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Miten hyödynnät työssäsi sosiaalista mediaa?

Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa työssäsi?

- päivittäin
- muutaman kerran viikossa
- kerran viikossa
- harvemmin
- en koskaan

Miten työntekijöitä voisi motivoida tiedon jakamiseen sosiaalisen median kautta?

- tiedottamalla yrityksessämme käytössä olevista sos.median välineistä
- kouluttamalla käyttäjiä
- hyvien kokemusten kautta
- Muu:

Sosiaalinen media lisää avoimuutta organisaatiossa.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Tallennettu ja dokumentoitu tieto on helposti löydettävissä.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Tiedon jakaminen helpottuu keskitetyn välineen kautta.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Työyhteisön yhteenkuuluvuus kasvaa sosiaalisen median käytöstä.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Minulla ei ole aikaa käyttää sosiaalisen median välineitä.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Minulla on sellaista ammatillista osaamista ja tietoa, josta olisi hyötyä muille.

- Olen samaa mieltä
- Olen jokseenkin samaa mieltä
- Olen täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

Millä tavoin saat tällä hetkellä työhösi liittyvää tietoa?

Koetko saavasi työhösi liittyvää tietoa riittävästi?

- Saan tietoa riittävästi
- Saan tietoa kohtalaisesti
- En osaa sanoa
- En saa tietoa riittävästi

Oletko valmis jakamaan osaamista tai tietoa, jonka uskoisit hyödyttävän myös kollegoja?

- jaan tietoa oma-aloitteisesti
- jaan tietoa erikseen pyydettyäessä
- en ole halukas jakamaan tietoa sos.median kautta
- en osaa sanoa

Mitä sosiaalisen median välinettä ehdottaisit käytettäväksi tiedon jakamiseen kollegojen välillä?

- Workspace
- Logipedia
- Miniblogi
- MOC
- Muu:

Liittykö tiedon jakamiseen uuden tiedon syntymistä?

Millaisia uhkia koet sosiaalisen median tuovan tiimityöskentelyyn?

Kuinka usein käytät mobiililaitetta työhösi liittyvän tiedon etsimiseen/jakamiseen, muuten kuin soittamalla ja tekstiviestein?

11. päivittäin
12. muutaman kerran viikossa
13. kerran viikossa
14. harvemmin
15. en koskaan